

# 健民药业集团股份有限公司

## 2024年1月24-26日投资者关系活动记录表

投关活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ ）
参与单位名称	广发基金吴佳桢、李善欣、陈少平、田文舟、李琛、王鹏；国海证券赵宁宁；中信建投赵梦；华夏久盈权益投资中心李孟海、刘磊；银河医药程培、孙怡；东吴证券陆一韬；浙商证券丁健行；中国人民养老保险毛雅婷。
时 间	2024年1月24-26日
地 点	线上会议系统及公司会议室
公司接待人员	董事长何勤、董事兼总裁汪俊、董事会秘书周捷、证券事务代表曹洪、证券事务助理王淼。
相关情况说明	本次活动不涉及应当披露而未披露的重大信息
活动主要内容	<p><b>1、公司 2023 年的经营情况？</b></p> <p>2023 年公司在克服中药材价格上涨等不利因素影响后，整体经营情况保持稳定增长，OTC 产品线持续加大品牌建设和大产品培养力度，龙牡壮骨颗粒（以下简称：龙牡）保持稳定增长，便通胶囊（OTC 渠道）因基数较小增长较快。医院线产品整体保持增长，健脾生血片、七蕊胃舒胶囊、拔毒生肌散等产品销售情况良好。</p> <p><b>2、OTC 产品线未来的经营计划？</b></p> <p>2024 年我们会围绕“龙牡”“健民”进行双品牌打造，“龙牡”定位于儿童健康成长品牌，“健民”定位于家庭常备药品牌，我们会围绕品牌定位加强产品矩阵打造，持续加强团队打磨和精细化管理。在产品方面除龙牡外，我们也在积极培育第</p>

二梯队产品：OTC 渠道新品便通胶囊今年增长较快，主要是前期规模相对不大；健脾生血颗粒将是下一个着力打造的 OTC 渠道单品，该产品具有健脾和胃，养血安神之功效，用于小儿脾胃虚弱及心脾两虚型缺铁性贫血，成人气血两虚型缺铁性贫血；同时公司产品资源丰富，有二百多个产品文号，我们将陆续筛选一些独家、类独家的产品投放到 OTC 渠道当中，丰富渠道产品。

### **3、2023 年 30 袋规格龙牡销售情况怎么样？**

龙牡整体销售情况良好，30 袋规格的龙牡销售基本正常，增速较 60 袋规格的龙牡慢些，主要是两个产品销售渠道不同，30 袋规格龙牡渠道主要覆盖单体药店和中小连锁，60 袋规格龙牡主要覆盖大型 KA 连锁。未来我们将加强 30 袋龙牡终端覆盖，精细化管理做深做细，推动 30 袋龙牡销售的持续增长。

### **4、便通胶囊 2023 年销售情况？**

便通胶囊是公司独家产品，医保乙类用药，具有健脾益肾、润肠通便的功效，可用于缓解脾肾不足、肠腑气滞所致的便秘症状。在医院渠道和 OTC 渠道同时销售，其中 OTC 渠道实现快速增长，主要是前期基数较小的原因，2023 年 OTC 渠道便通胶囊销售发出在 1 个亿左右，医院渠道便通胶囊销售情况稳定。

### **5、公司医院线产品未来的发展规划？**

医院线产品近年来保持了持续的增长态势。在老产品方面，我们将通过新机制、新价值链梳理、新团队建设、增加空白市场覆盖等实现老产品快速发展；在新产品上，公司持续加大研发投入，在研新药 27 个，研发管线陆续丰富，为处方线产品的补充奠定了良好的基础，随着处方线新品拔毒生肌散、七蕊胃舒胶囊、小儿紫贝宣肺糖浆等的陆续上市，相信处方线未来将会有一个较好的发展。

### **6、七蕊胃舒胶囊目前销售情况如何？未来发展展望？**

七蕊胃舒胶囊为公司 2021 年底获批的中药 1.1 类创新药，

主要用于轻中度慢性非萎缩性胃炎伴糜烂湿热瘀阻证所致的胃脘疼痛的治疗。该产品于 2023 年 1 月通过国谈进入医保目录，2023 年主要工作是等级医院的开发，全年销售发出在 7000 万左右，目前销售情况正常。

七蕊胃舒胶囊作为中药 1.1 类创新药，一方面我们会加强上市后的临床研究，进一步评估其疗效、安全性和应用范围，为医生提供用药指导，也为药品在市场上的推广提供更多依据。另一方面我们依然会加强等级医院的开发，持续提高医院的覆盖率。

#### **7、公司销售团队情况，自营团队还是招商代理模式？**

公司 OTC 产品线是自营团队，目前已发展到一千余人，未来公司还会加大团队培育，深耕终端精细化管理能力，优化激励与考核，助力 OTC 产品线的销售。

公司医院产品线是有自营团队，也有部分产品是有招商代理的，比如七蕊胃舒胶囊。我们也在做医院线产品模式的探索，将一些产品向招商代理模式转型。

#### **8、公司中医馆目前发展状况及未来的布局？**

中医诊疗业务是公司近年来持续培育的新兴业务，保持了良好的发展势头。目前公司已有中医馆 3 家，其中汉阳馆是 2018 年开业，经过 5 年发展，已初具规模，2022 年实现净利润同比增长 130%，2023 年业务收入及利润情况持续保持增长。2023 年 3 月公司第二家中医馆汉口馆开业营运，现已实现盈利，第三家中医馆（武昌馆）即将开业。未来我们将以武汉为核心，根据现行中医馆的经营情况，陆续布局中医馆建设。

#### **9、公司未来还会推出股权激励计划吗？**

公司在实施中的股权激励计划有两期，2021 年限制性股票激励计划、2022 年限制性股票激励计划，其中 2021 年限制性股票激励计划的激励对象包括董事长、总裁、副总裁、财务总

	<p>监等 7 人，授予数量 1062401 股，其中 849918 股已解锁上市，212483 股未到解锁期；2022 年限制性股票激励计划激励对象 6 名，授予数量 369600 股，其中 184800 股已解锁上市，剩余 184800 股未到解锁期。截止目前公司尚未有后续股权激励计划的相关安排。</p>
--	---